

Sentenze del secolo

In gergo sportivo sono definiti “i match del secolo”. Come dice la parola stessa, ce ne dovrebbe essere non più di uno ogni cento anni. E oltretutto, a rigor di logica, dovrebbe essere possibile riconoscerli solo quando il secolo in questione è finito.

Eppure, come ben sanno gli appassionati, le esigenze degli impresari e della stampa sportiva fanno sì che se ne disputino almeno un paio per stagione. Vengono chiamati preventivamente “match del secolo” per pure ragioni di cassetta, anche se tutti sanno che dopo sei mesi – a volte anche meno – non se ne ricorderà più nessuno.

Con certe sentenze della magistratura italiana si verifica lo stesso meccanismo comunicativo. Anzi, peggio: a differenza che nello sport, dove è piuttosto raro che il verdetto del campo cambi a tavolino, nel mondo della giurisprudenza non si può nemmeno essere mai certi del risultato, visto che è assai frequente che le sentenze di merito vengano ribaltate nei gradi successivi di giudizio.

Inoltre, bisognerebbe tenere presente che – fatte salve le decisioni delle Sezioni Unite della Cassazione, che si pronunciano proprio sui principi di diritto più controversi – ogni sentenza ha una portata e delle motivazioni rigorosamente circoscritte ad un caso specifico. Però di “sentenze del secolo” se ne legge almeno tre o quattro volte all’anno.

Proprio in queste ore i giornali e la tv ci stanno dando notizia di una sentenza civile della Corte d’Appello di Roma, che avrebbe condannato l’Ente Tabacchi Italiano, o per meglio dire la società privata britannica che lo ha rilevato dopo la fine del monopolio, a pagare un ampio risarcimento a favore degli eredi di un fumatore deceduto.

Per la stampa si tratta di occasione ghiotta, bisogna riconoscerlo: il dibattito sulla legge Sirchia è ancora caldo, e poi simili decisioni – oltre a dare un pretesto per infinite chiacchiere da bar – servono anche a farci sentire tutti un po’ americani, e tutti un po’ Robin Hood.

Difatti, non a caso, la parte in causa (cioè il figlio del fumatore deceduto) ha subito rilasciato alla stampa dichiarazioni a caldo che tradiscono grande serenità: “una sentenza, paragonabile ad una *bomba atomica giuridica*, che crea un precedente sulla capacità della legge di contrastare lo *strapotere dei mercati*” (corsivo nostro). Insomma, la solita storia delle multinazionali cattive che con il potere del denaro impediscono che la si faccia finita una buona volta per tutte con il mercato di morte dei tabacchi.

Vizio che, è sottinteso, colpisce soprattutto i ceti più poveri e meno informati, dalla parte dei quali nessun sincero democratico può esimersi dallo stare (purché non vengano a fumare nel suo salotto di casa), in quanto le classi popolari sono notoriamente più schiave della sigaretta.

Ma non è solo questo: le varie associazioni di consumatori, sempre pronte ad alzare la voce per far parlare di se stesse – e quindi per attirare la massa dei potenziali clienti – hanno già annunciato che sulla base di questo sospirato principio di diritto ora si è finalmente aperta la strada per decine e decine di sacrosanti risarcimenti, che

“metteranno in ginocchio” l’odiata industria del tabacco. Come se la Corte d’Appello di Roma, pur con tutto il rispetto, avesse la stessa solenne autorevolezza di un Mosè di un Giustiniano.

Allora forse è bene mettere qualche paletto, per arginare l’ondata dei luoghi comuni.

Non sarebbe bene commentare una sentenza prima di averne letto il testo integrale (come normalmente dicono gli avvocati o i pubblici ministeri quando hanno appena perso un processo). Però, con ogni probabilità, il testo della *“bomba atomica giuridica”* in esame sarà disponibile solo quando l’effetto mediatico si sarà già esaurito. E appunto, come rivelano le misurate parole dianzi citate, non è tanto di *diritto* quanto di *comunicazione* che stiamo parlando. Quindi alcune cose meritano di essere precisate subito.

In primo luogo, stando a quanto si è saputo dalla stampa, non è affatto vero che questa sentenza abbia condannato l’industria del tabacco per il fatto che “il fumo uccide”, e quindi di conseguenza che abbia lasciato intendere che chi vende prodotti da fumo sarebbe un cinico mercante di morte.

Anche perché, con buona pace dei Robin Hood nostrani, se questa tesi fosse sostenibile sarebbe stato inevitabile già da tempo che insorgesse qualche giudice d’assalto – insensibile al mitico potere delle multinazionali e agli interessi fiscali dello stato – a proibire *tout court* la rivendita di tabacco in quanto attività criminosa.

In realtà, se le notizie di stampa sono esatte, questa sentenza avrebbe semplicemente riconosciuto che la rivendita di tabacchi rappresenterebbe un’attività pericolosa ai sensi dell’articolo 2050 del codice civile. Il che significa che chi la esercita deve rispondere dei danni che provoca a terzi *“se non adotta tutte le misure idonee ad evitarli”*.

Queste misure non sono mai definite con precisione dalla legge. Spetta alla magistratura individuarle. Sennò, se la legge parlasse chiaro sul punto, sarebbe automatica la responsabilità dei trasgressori: un po’ come avviene per gli incidenti sul lavoro quando il padrone non ha rispettato alcune precise norme antinfortunistiche.

Questo comporta che, nel caso in questione come in tanti altri casi analoghi, il problema sembrerebbe essere tutto di comunicazione. Non a caso, si legge sui giornali che uno degli avvocati degli eredi del fumatore deceduto sarebbe il professor Vincenzo Zeno Zencovich, riconosciuto esperto di problemi di questo tipo.

Ci sono già state in Italia alcune sentenze che hanno condannato chi, nell’esercizio della sua attività imprenditoriale, non “ha messo il cartello” che avrebbe presuntivamente potuto mettere sull’avviso il malcapitato di turno.

E in questo caso, pare di capire, il cartello mancante sarebbe stato il noto avviso *“nuoce gravemente alla salute”*, in caratteri grandi, che all’epoca dei fatti non era ancora obbligatorio, quantomeno non nella rigida forma attuale.

Insomma, se la prima impressione verrà confermata dalla lettura del testo della sentenza, l’Ente Tabacchi sarebbe stato condannato per non avere fatto spontaneamente quello che la legge non gli imponeva ancora di fare: e cioè di

ingrandire sui pacchetti di sigarette il testo della ormai famosa avvertenza salutista, magari accompagnandolo con altre iniziative idonee a mettere in guardia i fumatori.

Se le notizie verranno confermate, siamo pertanto di fronte al solito caso per cui il cittadino medio (in diritto si parla di *quisque de populo*) viene considerato presuntivamente un cretino al quale bisogna mettere il cartello sotto il naso per essere sicuri che sappia quello che tutti sanno. O quantomeno ciò che a tutti viene insistentemente raccontato da cinquant'anni. In perfetta linea con il noto aforisma di Bill Laurence, secondo cui l'uomo medio ha la vista più sviluppata del cervello.

Non è questo un caso isolato, e anzi è davvero molto americano. Difatti, è tipicamente americana la moda delle sentenze punitive che si inventano "*lack of information*" (carenze informative) un po' dappertutto, per inventarsi responsabilità risarcitorie altrimenti impensabili. Alla base di tutto c'è sempre l'interessata convinzione che il cittadino medio sia un imbecille da tutelare.

Avete mai notato che sugli specchietti retrovisori di certe macchine americane c'è sul vetro l'avvertenza per cui "gli oggetti raffigurati sono più vicini di quello che sembrano"? Ovvero i cellulari che avvisano, quando si alza il volume della suoneria, che "potrebbe creare danni all'udito"? O ancora, i bicchieri di carta di certe catene di fast food che avvisano che "il contenuto potrebbe essere molto caldo"?

Sono tutte avvertenze un po' bislacche, che però nascono non per caso, ma grazie dalla creatività degli strapagati avvocati d'oltreoceano. E dal fatto che, nei paesi anglosassoni, molte cause civili non vengono decise in base ad un codice, bensì in base al verdetto di una assai emozionabile giuria di *quisque de populo*. I quali ultimi, per qualche strano motivo, come tutti gli altri sono considerati troppo imbecilli per vivere senza i cartelli, però abbastanza intelligenti per decidere su questioni milionarie.

Quello dei bicchieri di carta è un caso di scuola: è nato dalla disavventura di una signora americana che, in un giorno di grande fretta, si è fatta servire il caffè direttamente dal finestrino della macchina, come usa comunemente nei *drive-in*. Questa signora aveva messo il bicchiere di carta nell'immancabile portalattine delle auto americane, ma poi, dopo essere ripartita, lo aveva preso in mano con troppa decisione, cosicché che il calore l'ha costretta a lasciarlo cadere sulle gambe, distraendola nella guida e portandola a provocare un incidente mortale.

Dalle nostre parti quella signora per una simile disattenzione avrebbe rischiato la galera.

Invece, la giuria ha condannato il fast food perché non aveva messo l'avvertenza sul bicchiere. Già questo episodio rivela come la sentenza della Corte d'Appello di Roma, se il suo contenuto è davvero quel che sembra, potrebbe facilmente venire ribaltata in Cassazione, per vizio di motivazione.

Infatti, "l'idoneità ad evitare il danno" ai sensi dell'art. 2050 del codice civile, della avvertenza sul pacchetto di sigarette, sembra piuttosto discutibile. Del resto, non è solo questo un punto debole apparente della sentenza in esame, e comunque in essa non sarebbe bastata la mancata avvertenza sul pacchetto a fare scattare la condanna: per principio generale, occorre anche la prova del nesso di causalità tra il vizio del fumo e

la morte del malcapitato.

Su quest'ultimo punto, pare che abbiano risolto il problema con una consulenza medica ordinata dall'ufficio, che avrebbe comprovato tale nesso: e qui veniamo richiamati tutti al problema della "scientificità" delle diagnosi delle morti da fumo, sulle quali non c'è bisogno di prendere posizione in questa sede.

Qui ci preme evidenziare che, nonostante il comprensibile trionfalismo della parte vincitrice e delle associazioni dei consumatori, la sentenza in esame non sembra rivestire affatto – in punto di diritto – l'importanza che le si sta attribuendo nel mondo della comunicazione.

Peraltro, in Italia non sono nemmeno ipotizzabili le hollywoodiane "sentenze del secolo" (che poi, a differenza dei match sportivi, in realtà sono molte di meno di quante si pensa), le quali finiscono sui giornali e ispirano film e romanzi, per avere messo in ginocchio le odiate multinazionali grazie al meccanismo dei *punitive damages*.

Questi ultimi rappresentano, in sintesi, i danni che le giurie popolari liquidano non in proporzione al male arrecato, bensì in misura volutamente esagerata, per punire la cattiveria del responsabile secondo un senso della giustizia tipicamente anglosassone e quindi protestante. Invece, sarà forse per la nostra cultura cattolica, presuntivamente perdonista, ma qui da noi il senso delle proporzioni tra danno e risarcimento per ora deve ancora essere rigorosamente rispettato.

Cosa che il mondo della comunicazione invece può permettersi di non fare, e difatti non fa.

Massimiliano Fiorin